

PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PELAYANAN, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(STUDI PADA H&M BEACHWALK BALI DI KABUPATEN BADUNG)

Abstrak

Salah satu industri yang berkembang pesat saat ini adalah industri *fashion*. *Fashion* menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari penampilan dan gaya keseharian. *Fashion* tidak hanya menyangkut soal pakaian akan tetapi, benda-benda fungsional lain yang dipadukan dengan unsur-unsur desain yang canggih dan unik menjadi alat yang dapat menunjukkan dan mendongkrak penampilan. Produk yang memiliki atribut berkualitas tinggi, desain yang menarik dan merek ternama, akan lebih menarik bagi pelanggan untuk memakai produk tersebut. Dalam kehidupan manusia selalu diikuti dengan kebutuhan akan barang-barang *fashion* seperti baju, celana, jaket, sepatu, tas dan aksesoris.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada H&M Beachwalk Bali di Kabupaten Badung. Penelitian ini dilaksanakan pada H&M Beachwalk Bali yang terletak di Jl. Pantai Kuta, Kec. Kuta, Kabupaten Badung, Bali 80361. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan pada H&M Beachwalk Bali di Kabupaten Badung. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, diperoleh 130 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas produk merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Brand Image*, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan